

## **aetka erweitert Cross-Channel-Konzept: Facebook-Management für Fachhandelspartner**

**aetka ergänzt das kooperationseigene Stufenkonzept ‚WEBkick‘ zur erfolgreichen Verzahnung der stationären Geschäfte mit dem Internet um eine weitere Leistung. Diese umfasst das zentrale Management der individuellen Facebook-Auftritte der Partner sowie die Umsetzung von Werbekampagnen auf dem sozialen Netzwerk.**

„Online gefunden zu werden, ist Pflicht. Online zu verkaufen Kür.“ Nach dieser Prämisse hat die Fachhandelskooperation aetka in den letzten beiden Jahren unter dem Namen ‚WEBkick‘ ein spezielles Cross-Channel-Stufenkonzept aufgebaut. Dieses richtet sich daran aus, private und gewerbliche Endverbraucher online in jeder Phase ihres Informations- und Kaufentscheidungsprozesses - und auch nach dem Kauf - mit aetka-Partnern in Kontakt zu bringen und in die Geschäfte der Fachhändler zu leiten.

Dazu gehören u.a. Leistungen wie Google My Business-Service, Google Street View Trusted, die Ersteinrichtung einer Facebook-Seite, das Marketingpaket aetka OMNIBOXX, Social Media Kit, Werbung auf kaufDa und marktjagd, die Beratungsplattform [www.fragprofis.de](http://www.fragprofis.de), der Webseiten-Service und die aetka Onlineshops auf eBay.

Mit der neuen Leistung des zentralen Facebook-Managements schließt aetka eine Lücke, die sich bei vielen der Mitglieder auftut, die das soziale Netzwerk als für sie wichtigen Kommunikationskanal erkannt haben und erschließen wollen.

„Viele Partner haben die Grundlagen gelegt, aber nicht die Zeit und Ressourcen, regelmäßig aktuelle Inhalte zu erstellen und auf die Plattform zu laden. Hier setzen wir an und sorgen im Namen der Partner für das nötige Grundrauschen auf diesem Kanal“, beschreibt aetka-Kooperationsmanagerin Katja Förster das Ziel der Leistung.

### **Noch authentischer mit individueller Note**

Zum Grundrauschen gehören neben der

- Optimierung einer bestehenden Seite bzw. der Erstellung einer neuen, individuellen Facebookseite
- das wöchentliche Erstellen von redaktionellen und produktorientierten Inhalten (Text, Bild, Video, Links) sowie
- das Posten der Inhalte.

Wichtig für den individuellen Erfolg der Aktivitäten auf Facebook ist aber die persönliche Note. Deshalb ist es der Fachhandelskooperation wichtig, dass die Kontrolle und Verantwortung beim jeweiligen Partner bleiben: „Wir erledigen hierbei gern den Löwenanteil für unsere Partner, motivieren sie aber, das i-Tüpfelchen immer wieder selbst zu setzen. Das kann auch der Post von einem Azubi oder Mitarbeiter sein, dem diese Aufgabe Spaß macht. Hauptsache persönlich und authentisch“, betont Förster.

**Presse-Information**  
**20. April 2017**



### **Zusatzkick durch Kampagnen**

Optional zum aetka Facebook-Management Paket übernimmt die Fachhandelskooperation auf Wunsch auch die Planung und Durchführung einer monatlichen Werbekampagne auf dem Netzwerk, um die Reichweite zu pushen. Die Höhe des einzusetzenden Budgets bestimmt der Partner individuell.

Mitglieder der Fachhandelskooperation aetka können diese Leistung ab sofort kostenlos durch Verrechnung mit Marketingpunkten erhalten und über [www.karlo.de](http://www.karlo.de) oder bei ihrem Kundenbetreuer bestellen (ohne einsetzbare Marketingpunkte 59 Euro/Monat). Telekom Exklusivpartner und aetka-Mitglieder aus Telekom-Werbegruppen können auf spezielle Telekom-Versionen des Pakets zugreifen.

#### **aetka Communication Center AG**

Katja Förster  
Niederfrohnaer Weg 1  
09232 Hartmannsdorf  
Tel.: 03722 / 713-750

#### **Internet:**

[www.aetka.de](http://www.aetka.de) / [www.komsa.com](http://www.komsa.com)  
[www.karlo.de](http://www.karlo.de)

#### **e-Mail:**

[presse@aetka.de](mailto:presse@aetka.de)